

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi kinerja berbasis kompetensi maka semakin meningkat produktivitas marketing.

Berdasarkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square diperoleh sebesar 61,9% yang dapat ditafsirkan bahwa variabel kinerja berbasis kompetensi memiliki pengaruh sebesar 61,9% terhadap variabel produktivitas marketing, sedangkan 38,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh kinerja berbasis kompetensi terhadap produktivitas marketing, maka peneliti memberikan saran kepada BNI Syariah Cabang Palangka Raya, sebagai berikut:

1. BNI Syariah Cabang Palangka Raya agar lebih meningkatkan dan memperhatikan kualitas kinerja karyawan yang berbasis kompetensi karena berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas kinerja berbasis kompetensi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap produktivitas marketing.
2. Untuk sumber daya manusia marketing yang BNI Syariah Cabang Palangka Raya miliki yaitu 7 orang karyawan masih dianggap belum ideal, karena volume kerja yang sangat tinggi sebaiknya BNI Syariah Cabang Palangka

Raya lebih menambahkan kembali sumber daya manusia marketing yang memiliki kompetensi di bidangnya agar mampu mendapatkan kualitas kinerja yang baik dalam produktivitas marketing sehingga target yang diinginkan terpenuhi.